

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat ditarik dari kampanye digital ini adalah Instagram *reels* menjadi fitur yang paling disukai oleh audiens yaitu sobat Marimba lalu Kampanye digital yang telah dijalankan juga cukup jelas serta konten yang disajikan sudah cukup edukatif dan juga para sobat Marimba yang telah cukup senang melakukan donasi kepada rumah baca serta kampanye digital *#marimbaseason2* ini yang meninggalkan kesan positif di benak audiens, kelima hal tersebut dapat disimpulkan berdasarkan pertanyaan evaluasi yang telah ditanyakan kepada audiens pada fitur Instagram *Story*.

Terdapat juga kekurangan dari kampanye digital ini yaitu pada terdapat beberapa postingan *reels* serta *feeds* yang hanya mendapatkan sedikit *likes*, hal tersebut dapat dipicu karena konten yang kurang diminati karena konten yang kurang kekinian dan kurang menyesuaikan dengan perkembangan zaman. Pada beberapa *reels* dan *feeds* yang mendapatkan banyak *likes*, hal tersebut dipicu oleh menariknya konten yang disajikan serta konten yang tepat sasaran.

Untuk donasi juga terbilang cukup berhasil, hal tersebut terbukti dengan dilakukannya wawancara dengan beberapa masyarakat di Desa Panggarangan, terlihat bahwa donasi yang diberikan membuat masyarakat menjadi lebih senang dan juga menjadi lebih sering mengunjungi rumah baca Marimba karena sudah di dekorasi serta juga lebih senang membaca buku serta bermain mainan edukatif seperti *puzzle* karena beragamnya mainan edukatif serta buku yang di donasikan.

Buku dan mainan edukatif yang disumbangkan sudah cukup membuat masyarakat di RT 04 Desa Panggarangan menjadi lebih sering mengunjungi rumah baca Marimba, hal tersebut dapat dibuktikan dengan wawancara dengan beberapa masyarakat Desa Panggarangan yaitu anak-anak dan juga satu orang ibu-ibu. Mereka yaitu terdapat anak-anak yang berkata bahwa mereka sering mengunjungi rumah baca Marimba setiap sore bahkan saat istirahat sekolah, hal tersebut disebabkan karena rumah baca Marimba yang sudah di dekorasi menjadi lebih indah lagi dan juga beragamnya buku dan mainan edukatif yang ada di

rumah baca Marimba yang merupakan hasil donasi.

5.2 Saran

Dalam perancangan kampanye #marimbaseason2, ditemukan beberapa aspek yang dapat dijadikan suatu rekomendasi atau saran supaya dapat membuat kampanye digital dapat menjadi lebih baik lagi di kemudian hari, beberapa aspek tersebut terdiri dari:

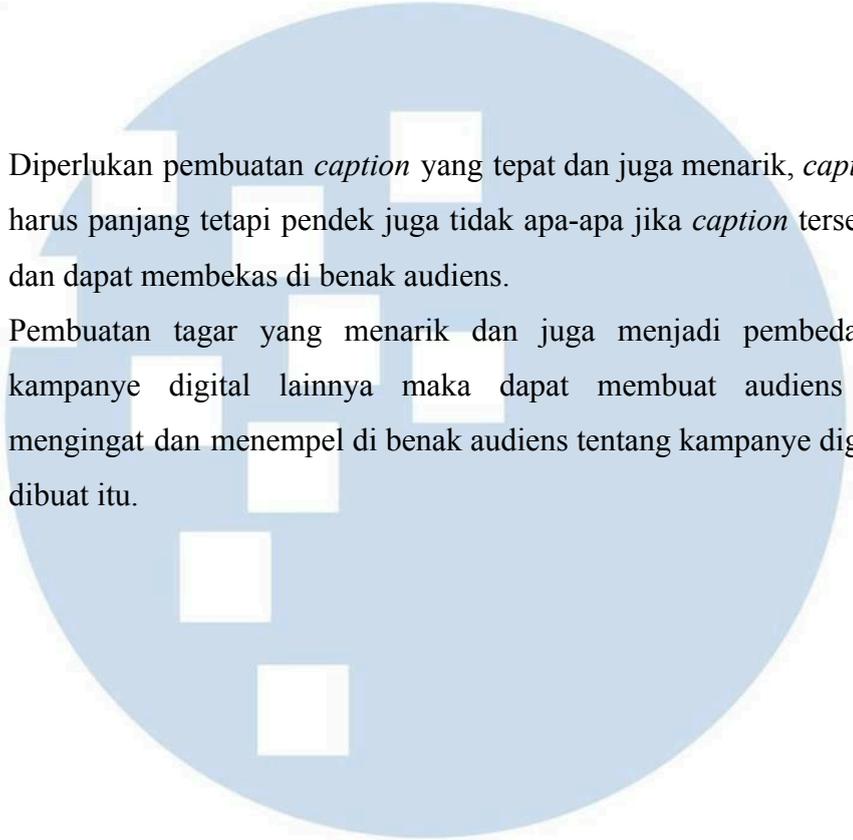
5.2.1 Saran akademis

Disarankan kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mengajari dan membimbing mahasiswa lainnya lebih detail mengenai penulisan *caption* yang tepat lalu cara pembuatan logo untuk kampanye digital, membuat konten yang menarik serta membuat konten yang tepat sasaran kepada audiens dan juga bagaimana membuat kampanye digital tersebut dapat menjadi beda dengan kampanye digital lainnya, aspek tersebut dapat diajarkan secara lebih mendalam dalam mata kuliah *Integrated Brand Campaign*.

5.2.2 Saran Praktis

Berikut saran yang dapat diberikan berdasarkan pelaksanaan kampanye digital #marimbaseason2:

- 1) Memperhatikan secara jelas dan cermat karakteristik dari audiens kampanye digital, dengan memahami karakteristik secara detail maka akan dibuat suatu konten yang dapat disajikan sesuai dengan karakteristik audiens dan konten yang dibuat tersebut dapat meraih banyak *likes*, *reach*, *impressions* serta *viewers* bahkan mendapatkan banyak komentar dan *share*.
- 2) Membuat video atau gambar yang dapat menarik minat audiens dengan cara mempelajari terlebih dahulu segmentasi perilaku demografis, geografis serta psikografis. Mempelajari segmentasi tersebut dapat membuat pembuatan kampanye digital menjadi lebih paham dengan audiens dan dapat membuat konten menarik seperti tips lalu cara dan juga informasi edukatif yang dapat menarik perhatian audiens.

- 
- 3) Diperlukan pembuatan *caption* yang tepat dan juga menarik, *caption* tidak harus panjang tetapi pendek juga tidak apa-apa jika *caption* tersebut tepat dan dapat membekas di benak audiens.
 - 4) Pembuatan tagar yang menarik dan juga menjadi pembeda dengan kampanye digital lainnya maka dapat membuat audiens menjadi mengingat dan menempel di benak audiens tentang kampanye digital yang dibuat itu.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA